

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya dari awal hingga akhir mengenai video iklan RM. Lamongan Asli, maka dapat disimpulkan:

1. Pembuatan video iklan telah melalui beberapa tahap, mulai dari penelitian, perancangan storyboard, membuat shot list, pengambilan gambar atau footage, editing dan implementasi.
2. Perancangan video iklan RM. Lamongan Asli dibagi 2 tahapan, pra produksi dan pasca produksi, dan menghasilkan video iklan berdurasi 01.02 detik dengan format .mp4 dan beresolusi HD 1920x1080
3. Video iklan RM. Lamongan Asli sebagai media promosi dan informasi telah berhasil menyampaikan informasi kepada konsumen dan dibuktikan dari hasil survey ke beberapa konsumen yang menonton dalam durasi 30 menit setelah video baru saja di upload.

5.2 SARAN

Setelah melalui tahapan yang panjang penelitian ini dirasa masih kekurangan dan kesalahan dalam proses pengerjaannya, baik disengaja atau tidak disengaja. Maka penulis berharap kedepannya agar video iklan ini dapat dikembangkan dengan baik lagi mulai dari segala aspek. Adapun saran yang saya berikan sebagai berikut:

1. Kurangnya peran pembantu dan hardware serta setting tempat menjadi kendala dalam pengerjaan video iklan.
2. Kurangnya footage dalam pengambilan gambar alhasil video kurang menarik dalam segi video.
3. Color grading dari setiap scene yang kurang menarik, dan kurang skill dalam editing alhasil video ditampilkan apa adanya dan dibuat semenarik mungkin sesuai kemampuan editor.